Batavia Square
Pendatang Baru, Calon Biang Kemacetan

■ *Oleh : Hilda B Alexander*

Lokasinya strategis di tempat parkir Taman Bunga Wiladatika, Batavia Square diyakini mampu melengkapi Cibubur sebagai kawasan elit berfasilitas lebih dari memadai. Akan tetapi, hantu kemacetan setelah proyek ini berdiri nanti, kian kuat mengiringi. Bagaimana Batavia Square mengantisipasi?

Satu lagi tempat keramaian di Cibubur, Jakarta Timur akan dibangun, menyusul suksesnya Plaza Cibubur dan Mal CitraGran. Adalah PT Javana Artha Investa (JAI) yang punya rencana mengembangkan pusat belanja Batavia Square (BS). JAI ini merupakan perusahaan pengembang pendatang baru. Meski demikian, orang-orang yang terlibat di dalamnya tidak diragukan lagi dedikasinya di bidang properti. Setidaknya, begitu menurut Koordinator *Marketing* BS, Susilowati.

Konsep BS sendiri sebetulnya tidaklah baru yakni *one stop shopping mall*. Terdiri atas deretan 800 unit kios (*loading zone*) dalam sebuah gedung yang dibangun empat lantai dengan sistem satu koridor (*single corridor*), seperti halnya Mal Pondok Indah, Mega Mal Pluit atau Mal Taman Anggrek. Yang membedakan mungkin lokasi, gengsi, dan nilai investasi.

Mari kita tinjau satu per satu keuntungan, keunggulan dan keistimewaan yang ditawarkan BS kepada para peritel, pembeli kios maupun investor. Dari segi lokasi, BS sangat diuntungkan, karena berada di antara titik-titik keramaian Cibubur, diapit oleh areal Jambore, Jl Trans Yogi (Jl Alternatif), dan Jl Raya Cibubur. Tepatnya di tempat parkir Taman Bunga Wiladatika yang merupakan pusat konsentrasi segala macam aktifitas mulai dari aktifitas ekonomi, pariwisata, hiburan, sosial, maupun pendidikan.

Di lokasi Jambore telah berdiri sebuah *neighborhood center* yang berisi restoran waralaba Mc Donald, Cwie Mie Malang, Pizza Hut, dan restoran lokal terkenal lainnya serta dilengkapi fasilitas SPBU. *Neighborhood center* ini selalu ramai dikunjungi, terutama pada jam-jam pulang kerja.

Belum lagi keramaian yang ada di Jl Trans Yogi di mana terdapat Plaza Cibubur yang berisi swalayan Superindo, restoran waralaba KFC, dan *department store* Pojok Busana. Sedikit lebih ke Timur, telah beroperasi Mal CitraGran. Pusat belanja ini lebih membidik kalangan menengah atas Cibubur, karena di sini terdapat Hero Supermarket sebagai *anchor tenant*-nya, selain juga restoran waralaba Popeye's dan toko buku Karisma. Di kiri-kanan Mal CitraGran ini juga telah dibuka ruko-ruko CitraGran yang sudah diisi oleh beberapa institusi perbankan seperti BNI, Bank Mandiri, Bank Syariah Mandiri, BTN, Bukopin serta beberapa usaha lainnya.

Sedangkan di Jl Raya Cibubur atau di sekitar Komplek Perumahan Angkatan Darat (KPAD) dan Vila Cibubur Indah terdapat deretan ruko, kios yang bersifat *stand alone* maupun *neighborhood center* sejenis yang juga selalu ramai dikunjungi. Jadi, kesimpulannya BS ini punya kepastian untuk didatangi banyak pengunjung, baik dari arah Jl Raya Cibubur (Taman Bunga Wiladatika), arah Bogor-Cileungsi (Jl Trans Yogi) maupun dari arah setelah *exit toll* Cibubur. Itulah sebabnya mengapa *gate* BS tidak hanya satu tapi tiga akses.

Pusat-pusat keramaian tersebut–kalau boleh dikatakan demikian—nyaris tiada hari tanpa kegiatan. Bagaimana tidak, di Cibubur dan kawasan setelah *exit toll* Cibubur setidaknya terdapat lebih dari sepuluh permukiman (*real estate*) mulai dari kelas bawah, menengah hingga atas atau super mewah. Permukiman tersebut merupakan permukiman yang langsung digunakan oleh penghuninya alias bukan rumah kedua, ketiga atau keempat. Belum lagi jumlah perumahan individual, hingga menyebabkan bilangan populasinya sekarang di kawasan tersebut meningkat cukup signifikan yakni mencapai 437.988 jiwa dari sebelumnya 230.667 jiwa pada 2000. Kepadatan penduduk inilah yang mempengaruhi hidup tidaknya pusat-pusat keramaian tersebut.

Dilihat dari sisi gengsi atau prestis, rencananya BS di atas Plaza Cibubur dan Mal CitraGran. Dibandingkan dengan keduanya, BS memiliki banyak kelebihan. Luas lahannya mencapai 2 Hektar (Ha) dengan ukuran

Batavia Square : Kios-ki

bangunan seluas 24.000 m2 atau tiga sampai enam kali lipat di atas keduanya. Jadi boleh dibilang BS merupakan pusat belanja terbesar dan terluas di Cibubur. *Anchor tenant* yang sudah mengikat janji dengan BS pun termasuk kakap yakni hipermarket Giant yang mengambil 33,33% luas BS atau 8.000 m2. Tenan lainnya yang berencana buka *outlet* di BS adalah apotek Guardian, Starbuck, Coffee Bean, Mc Donald, KFC, dan Quickly yang kesemuanya punya reputasi bagus, dan memangsa kelas atas.

Bagaimana dengan keuntungan investasi? Jaminan yang diberikan BS tidak main-main, sebab harga-harga kios yang dipasarkan sangat kompetitif. Mereka memasarkan dengan harga mulai dari yang termurah Rp400 juta hingga yang termahal Rp800 juta untuk sewa jangka panjang selama 20 tahun atau Rp1,7 juta/bulan dengan ukuran kios terkecil 2x2,5 m2 dan terbesar 3x5 m2. *Service charge* yang dikenakan Rp35 ribu/m2/bulan.

Bandingkan dengan harga kios di Plaza Cibubur yang sudah mencapai Rp130 ribu/m2/bulan atau Rp31,2 juta/tahun untuk ukuran 20 m2 dan harga kios di Mal CitraGran menyentuh angka 20 dolar AS/m2/bulan dengan kurs Rp5.000 atau Rp48 juta/tahun untuk ukuran 40 m2.

Meski berkonsep mal, sebenarnya cukup aneh BS menyewakan kios dengan ukuran sangat mini. Padahal idealnya ukuran kios untuk pusat belanja sekelas mal minimal 50 m2. Angka 20 m2-40 m2 adalah angka toleransi mengingat kawasan Cibubur bukan berada di pusat kota. Namun, BS punya jawaban, bahwa ukuran mini itu dipasarkan tidak lain untuk lebih menarik minat penyewa kios karena bila selintas dilihat harganya sangat murah.

Tapi, bisa jadi juga, BS ingin menggaet peritel-peritel kecil. Mereka inilah yang da harus Rp3,5 juta/bulan. Dengan omzet sebesar itu, diasumsikan sudah bisa memenuhi biaya operasional yang terdiri atas biaya *service charge*, sewa kios, listrik, air, telepon dan gaji karyawan. Tapi ingat, itu belum ada keuntungan yang bisa Anda bawa pulang. Jika Anda menjual produk fesyen dengan patokan harga Rp50 ribu/potong, maka Anda harus mampu menjual minimal 70 potong. Artinya Anda harus mampu menjual tiga potong/hari. Kalau melihat pengalaman ki-

> *Ukuran mini itu dipasarkan tidak lain untuk lebih menarik minat penyewa kios karena bila dilihat selintas harganya sangat murah.*

sebenarnya menghidupkan pusat belanja-pusat belanja di Cibubur. Sebab dengan, katakanlah untuk produk fesyen, hanya Rp10 ribu per potong atau paling mahal Rp50ribu per potong, sebuah kios di Plaza Cibubur mampu menarik pembeli kelas menengah ke bawah yang justru merupakan jumlah mayoritas. Pemandangan serupa pun bisa ditemui di Mal CitraGran, di mana kios yang menjual pakaian dengan harga yang sama, dikerubuti pembeli.

Nah, bagi Anda yang ingin menyewa kios di BS, penghasilan minimal omzet Anda harus Rp3,5 juta/bulan.

os-kios di Plaza Cibubur, kios yang menjajakan harga sekelas ini cukup ramai.

Melihat *tenant mix* yang dirancang BS ini tampaknya cukup menarik dan mampu membuat persaingan antarpusat belanja kian ketat. Akan tetapi, mengingat kian banyaknya orang bermukim di kawasan Cibubur dan kawasan setelah *exit toll* Cibubur, berakibat pada kian padatnya arus kendaraan yang melintas. Bisa ditebak implikasi yang kemudian terjadi adalah memperparah kemacetan yang memang sudah ada sejak dibangunnya Plaza Cibubur. Kemacetan ini terutama terjadi pada jam pulang kerja, dan mencapai puncaknya pada hari Sabtu-Minggu dan hari libur. Nah, bagaimana dengan kehadiran BS yang berada tepat di pusat kawasan Cibubur yakni pertemuan antara Jl Trans Yogi, *exit toll* Cibubur dan Jl Raya Cibubur (Taman Bunga Wiladatika) yang dilalui oleh lebih dari 5.000 kendaraan per hari? Jelas akan semakin macet saja.

Sebagai calon tertuduh, BS sudah mengantisipasi dengan rencana akan membuat sepadan bangunan lebih lebar atau menempatkan bangunan yang menjorok sepuluh meter ke dalam. Dirasa belum cukup, BS juga akan membangun tempat parkir berkapasitas 1.000 kendaraan roda empat. Diharapkan nantinya arus kendaraan yang masuk dan ke luar BS bisa dikelola dengan baik. Anda tertarik untuk membuka usaha di BS, coba saja! ■

...ya mini, dimungkinkan untuk lebih banyak menggaet peritel kecil